ABSTRAK

Persepsi Harga dan *Free Shipping* Terhadap Minat Pembelian Online

Oleh

Eriza Zafira Riyuza

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi harga dan *free shipping* terhadap minat pembelian online pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Teknokrat yang pernah mengakses website lazada.co.id. Penelitian ini menggunakan 3 variabel, bernama Persepsi Harga (X1), *Free Shipping* (X2) dan Minat Pembelian Online (Y). Sampel dalam penelitian ini adalah Mahasiswa dari Perguruan Tinggi Teknokrat Bandar Lampung yang Pernah Mengakses Website Lazada.co.id. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang. Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan Teknik Analisis Data yaitu Uji Asumsi Klasik terdiri dari uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas, kemudian Analisis Regresi Linear Berganda, Uji Koefisien determinasi, serta Uji Hipotesis yang terdiri dari Uji Parsial dan Uji Simultan.

Pada studi ini, persepsi harga berpengaruh secara signifikan terhadap minat pembelian online, sedangkan *free shipping* berpengaruh secara tidak signifikan terhadap minat pembelian online serta Persepsi Harga dan *free shipping* secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap minat pembelian online. Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi untuk pihak Lazada dalam menjual produk-produknya dan dapat memberikan pengalaman baru kepada konsumen serta diharapkan pihak lazada untuk mencantumkan zona-zona yang termasuk *Free Shipping* 100% atau zona-zona yang hanya ditanggung biaya pengirimannya sebesar 20% di setiap produk yang di jual, agar lebih memudahkan para pengakses dalam mengetahui biaya pengiriman pada produk yang akan mereka beli.

Kata Kunci : Persepsi Harga, *Free Shipping,* Minat Pembelian Online